

Riqueza cultural en el sur de Cuzco: **un activo en desarrollo**

Por Raúl Hernández Asensio y Carolina Trivelli
 Investigadores del Instituto de Estudios Peruanos (IEP)

Música, gastronomía, tejidos y artesanía, son solo algunos de los “negocios culturales” que se desarrollan en el sur de Cuzco, Perú. Con esfuerzo, perseverancia y creatividad, estos emprendimientos demuestran que el patrimonio cultural de un lugar puede ser puesto en valor y convertirse en un activo económico y social para la población local.

El éxito de la cuyería “El Croncantito” ha revestido a Faustino y Epifania no solo de una mejor situación económica, sino también de un mejor posicionamiento social dentro de su comunidad. Su situación es un buen ejemplo de los casi 150 emprendimientos culturales que existen en los distritos del sur de Cuzco, Perú. Con un mercado creciente y diversificado, este territorio destaca por la proliferación, entre otros, de este tipo de negocios basado en el acervo cultural y la tradición.

El valle del Vilcanota, al sur de Cuzco, es uno de los territorios con mayor densidad cultural de los Andes. Está lleno de negocios con una fuerte carga idiosincrásica y con alta demanda local: bandas de música, puestos

Este artículo es un extracto del documento: “Puesta en valor de activos culturales y dinámicas territoriales en el sur de Cuzco”. Proyecto Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural (DTR-IC). Rimisp - Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, Santiago, Chile. 2011.

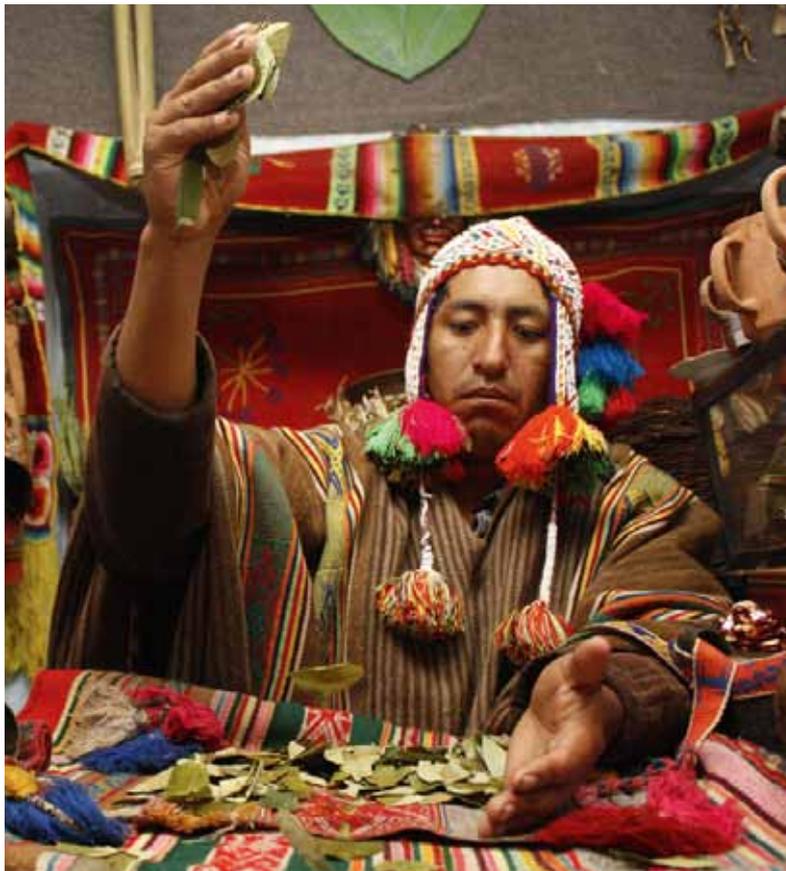


Foto: Rafael Nova

Los emprendimientos basados en la puesta en valor de activos culturales enfocados en la demanda local y regional son una fuente significativa de ingresos para muchas familias rurales del sur de Cuzco.

de venta de productos gastronómicos tradicionales, grupos de teatro especializados en representaciones religiosas, artesanos, curanderos y médicos tradicionales, entre otros. En todos los casos el punto clave es que se trata de negocios cuyo eje son bienes y servicios basados en activos culturales.

Dos proyectos de Rimisp - Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural han realizado profundas investigaciones en este territorio como parte del programa **Dinámicas Territoriales Rurales**. En agosto de 2010 se aplicó una encuesta que incluyó preguntas sobre las expectativas de la población, sus prácticas culturales y la estructura de ingresos de las familias en dos distritos, Oropesa y Ocongate. Se cuenta también con la información contenida en el Mapa de Bienes y Servicios con Identidad Cultural Valle Sur-Ocongate, elaborado por el Instituto de Estudios Peruanos-IEP y cinco instituciones regionales, con apoyo del proyecto **Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural de Rimisp** y de la Fundación Ford. Este mapa (ver **AQUÍ**) incluye datos de los emprendimientos basados en activos culturales de doce distritos. En diez de estos emprendimientos se han realizado además estudios de caso. En total son más de 120 las entrevistas realizadas en los años 2009 y 2010.

El análisis de los datos obtenidos de estas investigaciones, evidencia que el patrimonio del sur de Cuzco es puesto en valor por parte de la población local de múltiples maneras. Los casos analizados muestran que el acervo cultural puede convertirse, en el contexto de un mercado diversificado y complejo, en fuente de valor para bienes y servicios locales. Son la prueba de que, más

allá del turismo, existe una demanda local y regional de bienes y servicios basados en activos culturales que parte de premisas y activos diferentes del patrimonio monumental. Aunque esta demanda es menos perceptible, es con frecuencia más estable y confiable y, por lo tanto, más rentable a mediano plazo. Hoy estos bienes y servicios constituyen una forma de diversificación y aumento de ingresos para muchas familias y, en algunos casos, pueden incluso convertirse en la fuente principal de sus ingresos.

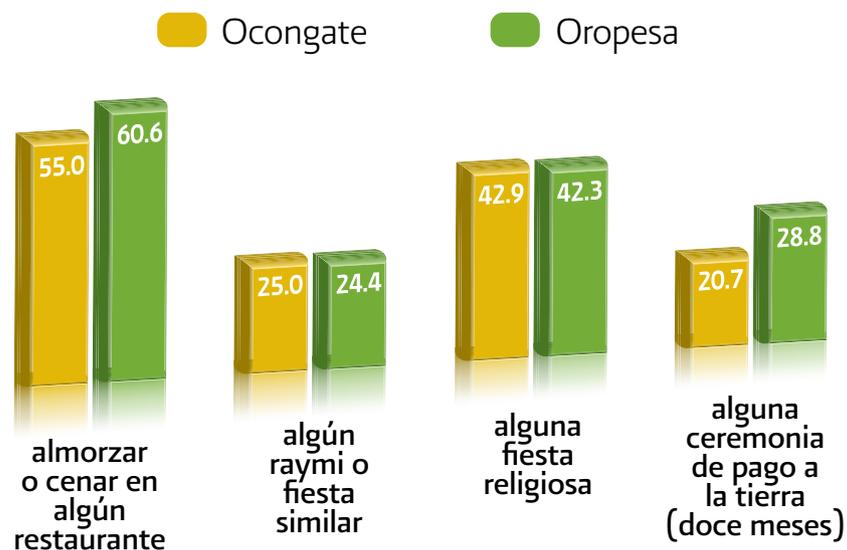
Posicionamiento social

Los emprendimientos basados en la puesta en valor de activos culturales enfocados en la demanda local y regional (ver recuadro 1) son una fuente significativa de ingresos para muchas familias rurales del sur de Cuzco.

Pero la importancia de este tipo de emprendimientos no solo es económica. En muchas ocasiones, los emprendimientos basados en activos culturales son también una fuente de prestigio social. Un ejemplo es el negocio gastronómico de Faustino y Epifania. El origen de su emprendimiento está a finales de los años noventa. En ese momento Faustino trabajaba como chofer de transporte público en Cuzco. También atendía su chacra y realizaba pequeñas operaciones comerciales. Epifania se ocupaba de la chacra y buscaba recursos adicionales vendiendo al por menor los restos de la cosecha anual en las ferias locales de Cuzco y el valle del Huatanay. Ambos jóvenes se habían trasladado desde el núcleo original de Tipón a la Asociación de Vivienda Choquepata, junto a la carretera.

Recuadro 1

Porcentaje de población que en los últimos seis meses ha acudido a:



Demanda local

Existe, por parte de los propios pobladores, una creciente demanda de bienes y servicios basados en activos culturales. La encuesta realizada en los distritos de Ocongata y Oropesa muestra que, en los seis meses anteriores:

- 58% de los entrevistados ha acudido al menos una vez a comer o cenar en un restaurante (demanda de productos gastronómicos).
- 25% ha acudido a fiestas o raymis.
- 25% ha asistido a ceremonias de pago a la tierra (demanda de servicios folclóricos y de servicios místicos religiosos).

Demanda potencial de bienes y servicios basados en activos culturales.
(Encuesta IEP 2010)

En 1997, cuando el auge de la gastronomía estaba en sus inicios, Faustino y varios vecinos decidieron organizar un festival del cuy en su localidad. Ellos mismos se encargaron de repartir los productos y de dar publicidad al evento. La iniciativa resultó todo un éxito. Epifania preparó y vendió más de ochenta cuyes en un solo día. Esto determinó que ambos se plantearan la

posibilidad de continuar con ese negocio. El salto se produjo varios años después, cuando Faustino decidió dejar su ocupación de transportista y dedicarse a tiempo completo al negocio gastronómico. En la actualidad la cuyería “El Crocantito” es una de las más destacadas de Tipón. Cuenta con el aval de diversas instituciones y abre todos los días.



Foto: Rafael Nova

Gastronomía local: la cuyería “El Crocantito”, de Faustino y Epifania, es hoy una de las más destacadas de Tipón.

Epifania y Faustino se consideran a sí mismos “empresarios” y no dependen de otras personas para obtener ingresos. “Ahora somos dueños”, afirman mientras muestran orgullosos sus tarjetas de visita con el emblema del establecimiento. Sus hijos van a una universidad privada en Cuzco. Algunos fines de semana, cuando el negocio está más bajo, pueden “darse un gustito” e ir a comer a los restaurantes de la capital, donde les “atienden bien” y además aprenden cosas nuevas para su negocio. En una parcela al lado del establecimiento han empezado a construir un edificio de tres plantas, que pretenden convertir en un hospedaje para visitantes.

Se ve, entonces, que la importancia de este tipo de emprendimientos no solo es económica, sino también social. Sus promotores se convierten en miembros destacados de las comunidades y participan más asiduamente en la toma de decisiones. En el plano colectivo, los emprendimientos basados en activos culturales fomentan la autoestima y el sentimiento de pertenencia de la población rural. Repercuten en la valorización de la cultura local y ayudan a generar un nuevo lenguaje para hablar de la identidad colectiva.

Músicos y curanderos

Otros ejemplos sirven para ilustrar la imbricación entre las dimensiones social y económica que caracteriza a los emprendimientos basados en activos culturales: las bandas de música y los emprendimientos enfocados en servicios místicos y religiosos. Las bandas de música son una tradición muy extendida en toda la sierra peruana. Se trata de instituciones semipermanentes estructuradas en torno a una familia o a un líder, que actúa como “director”. Los músicos son personas altamente demandadas. Sus conciudadanos les tienen en gran estima y, por lo general, disfrutan de una demanda constante de trabajo. Participan en eventos públicos, fiestas patronales, asunciones de mando, y también en eventos privados, bodas, bautizos, entierros, etc.

Otro de los rubros en auge en los últimos años es el de los curanderos. Este campo repite algunas de las características del caso de los músicos: control local e imbricación entre las dimensiones económica, social y cultural del emprendimiento. También existe un contexto de aumento de la demanda y creciente competencia. Desde los noventa se percibe una mayor rivalidad entre las localidades proveedoras de servicios de medicina tradicional y religiosidad andina. Esto se relaciona con el aumento de la demanda, proveniente de los sectores medios de Cuzco. Los proveedores de servicios místicos y religiosos deben “construir” autenticidad y al mismo tiempo adaptar la oferta a los gustos cambiantes de sus potenciales clientes. Algunos ejemplos de estos y otros emprendimientos se pueden conocer a través de los videos seleccionados en el recuadro 2.

Progreso económico

Desde un punto de vista económico, los emprendimientos basados en activos culturales son el reflejo de una economía que tiende a la diversificación. Al mismo tiempo, muestran la capacidad de los habitantes del territorio para aprovechar las oportunidades derivadas del incremento de las relaciones entre Cuzco y su entorno. Los datos de la encuesta aplicada en Ocongate y Oropesa permiten estimar que aproximadamente un tercio de las familias del territorio cuentan con fuentes de ingresos vinculadas a activos culturales. Para estas familias, estos emprendimientos suponen en promedio un 10% de sus ingresos.

Este porcentaje es el resultado de una gran diversidad de casos. Para cierto grupo de familias, mayoritario aunque imposible de

cuantificar, los emprendimientos basados en activos culturales son parte de una estrategia de diversificación de ingresos y minimización de riesgos. Son una actividad complementaria, que puede ser estacionalmente importante, pero que no implica un cambio en la estrategia de vida familiar.

Un caso representativo es el de Hilaria. Nacida en una comunidad campesina del distrito de Urcos (provincia de Quispicanchi), Hilaria tiene en la actualidad algo más de treinta años. En los noventa emigró a Cuzco, donde se ocupó como empleada doméstica, mientras culminaba su educación secundaria. Su experiencia en esa ciudad le permitió hacerse con un pequeño capital. A su regreso a Urcos invirtió sus ahorros en arrendar un pequeño restaurante.

En 2007 amplió el negocio. En paralelo gestionó con su madre y su hermana un pequeño negocio de vestimentas tradicionales. Los ingresos del restaurante les permitieron comprar maquinaria nueva y aumentar sus ventas. Ahora, ella misma diseña los trajes, con coloridos motivos florales, y vende, tanto a clientes que se acercan a su tienda, como por encargo a quispicanchinos residentes en Cuzco y en Lima.

Ricardina, la madre, tiene un pequeño puesto en la feria semanal de Urcos y, Juana, la hermana de Hilaria, y su esposo han abierto un puesto de venta en una galería de artesanía de Cuzco. En el último año han contratado una persona para atender el negocio, mientras ellos se dedican íntegramente a la producción de trajes y a la búsqueda de nuevos clientes en Cuzco y Lima.

La historia de Hilaria muestra varios elementos significativos. Las claves de su éxito son su capacidad para moverse entre Cuzco y el territorio, y su habilidad para entablar lo que ella misma denomina “contactos de negocios”. La variedad de registros que maneja le permite emprender diversos negocios en paralelo: el restaurante, sus propios servicios personales como empleada doméstica, el hotel, la tienda de trajes tradicionales. Cada uno de estos emprendimientos contribuye a la economía del hogar, lo que le permite sortear las etapas bajas.

Aprendizajes

Los activos culturales son el resultado de la puesta en valor del patrimonio cultural. Este patrimonio puede ser tangible o intangible, puede estar vinculado a restos materiales del pasado colonial o prehispánico, o haber sido transmitido entre generaciones, dentro de una familia o colectividad. Para su puesta en valor es necesario que exista una demanda potencial y un contexto que haga de esos activos un bien deseable y valorizado.

En el caso del sur de Cuzco, el incremento en el número de emprendimientos basados en activos culturales tiene que ver con un proceso de revalorización de la cultura local por parte de las clases medias urbanas de la región y con la existencia de una política municipal favorable a los emprendimientos productivos. Es importante también el incremento de las intervenciones de la cooperación internacional en temas de patrimonio cultural, ya que estos proyectos suelen incluir componentes de

difusión y capacitación de la población local. Visibilizan activos culturales, fomentan su difusión dentro y fuera del territorio y mejoran la competencia de la población para su puesta en valor.

Los activos culturales, y los productos y servicios derivados de su uso, tienen una demanda real que va a seguir creciendo en los próximos años. En determinados territorios, como en el sur del Cuzco, pueden convertirse en un elemento significativo en las estrategias de diversificación y en la expansión de las fuentes de ingresos de los hogares rurales. Una parte de su potencialidad es que estos activos están en manos de los segmentos de población que generalmente tienen menos activos. Comparativamente, tienen pocas barreras de entrada. No son, en sí mismos, más justos que otro tipo de negocios, pero son más probables de desarrollar por parte de los pobres. Es necesario, no obstante, tomar algunas precauciones, como tener en cuenta que el largo plazo sí importa, que los activos culturales no se construyen espontáneamente, que los emprendimientos basados en ellos son un elemento complementario de las dinámicas territoriales y que su puesta en valor implica inevitablemente conflictos de intereses que es necesario encarar. 

Para profundizar, recomendamos los siguientes documentos de 2011:

- **Puesta en valor de activos culturales y dinámicas territoriales en el sur de Cuzco.**
- **Crecimiento económico, cohesión social y trayectorias divergentes Valle Sur - Ocongate.**

Recuadro 2

Testimonios y experiencias

Conozca a través de estos videos una muestra de emprendimientos culturales del sur de Cuzco (click sobre la imagen).

Fuente: Mapa de Bienes y Servicios con Identidad Cultural Valle Sur-Ocongate.



Justiniano Flores
Presidente de la Asociación de Artesanos y productores agropecuarios en Tejido Plano Agropecuarios - Comercialización "Chaska Paqariy".



Maestro Curandero "Huillaq Uma"
Reconocido curandero de la comunidad de Huasao



Lucas Puma
Taller de Instrumentos Musicales "Machupicchu"

Aquilino Castillo
Director de la Banda Orquesta San Miguel de Urcos



Lucas Puma
El pionero de la Bandurria y su conjunto Nuevas Bandurrias del Cusco



Gerardo Dávalos
Propietario del horno "Cristo Rey" de Oropesa



Enrique Quispe Vargas
Propietario de la Panificadora "Mamá Natividad" de Oropesa

